

## **Tallinna ja Helsinki Itämeren risteilykohteina**

Tiina Punkkinen

Opinnäytetyö  
Matkailun koulutusohjelma  
11.10.2012



<b>Tekijä tai tekijät</b> Tiina Punkkinen	<b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> 2009
<b>Raportin nimi</b> Tallinna ja Helsinki Itämeren risteilykohteina	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 36 + 2
<b>Opettajat tai ohjaajat</b> Annika Konttinen, Anu Seppänen	
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli verrata Tallinnaa ja Helsinkiä Itämeren risteilykohteina. Tarkoitus on tutkia Tallinnaa ja Helsinkiä asemaa Itämerellä ja tuoda esiin molempien kaupunkien tavoitteita kansainvälisessä risteilymatkailussa. Kaupunkien on tunnettava kilpailijansa pysyäkseen mukana yhä kiristyneessä kilpailussa. Työssä vertaillaan myös millaisia tuotteita ja retkiä asiakkaille tarjotaan maissa. Työn toimeksiantaja on Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto. Aihe valittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa, koska se on ajankohtainen ja hyödyllinen.</p> <p>Teoreettinen viitekehys perustuu risteilymatkailuun ja sen eri suuntiin sekä risteilykohteiden kilpailuun. Aineistonkeruumenetelmänä on ollut teemahaastattelut ja internetsivujen havainnointi. Haastattelut toteutettiin kesän ja syksyn 2012 aikana. Tutkimukseen osallistui yhteensä 4 haastateltavaa, Helsingin risteilykoordinaattori, Tallinnan sataman Cruise and Ferry Manager sekä kaksi suomalaista matkanjärjestäjää.</p> <p>Voidaan todeta, että risteilymatkailu on suuressa kasvussa niin Helsingissä että Tallinnassa. Kummankin kaupungin kasvuprosentit ovat olleet parina viime vuonna yli 10 %. Kaupungeille on vaikea saada eroa, koska useimpien risteilyjen reitti kulkee molempien kaupunkien kautta.</p> <p>Haastatteluiden tuloksista selvisi, että Tallinna ja Helsinki haluavat enemmän yhteistyötä kaupunkien välille sekä yhteistyöverkostojen kautta. Yhteistyötä tekemällä kuten markkinointia lisäämällä tavoitettaisiin enemmän asiakkaita ja kaikki saisivat hyödyn tästä. Risteilymatkailulla ei ole vielä suurta merkitystä kaupunkien matkailutuloihin, mutta se on suuressa kasvussa. Tarjottavien tuotteiden välillä maissa ei ollut suurta eroa. Helsingillä on hiukan enemmän tarjottavaa asiakkaille kuin Tallinnalla sekä enemmän retkiä tarjoavia yrityksiä. Näitä tuloksia pitää kuitenkin katsoa kriittisesti, koska kaikkia tuotteita ei näy internetsivuilla. Asiakkaiden suosiossa ovat perinteiset opastetut kiertoajelut.</p>	
<b>Asiasanat</b> Itämeri, risteilymatkailu, Tallinna, Helsinki	

Tourism

<b>Authors</b> Tiina Punkkinen	<b>Group or year of entry</b> 2009
<b>The title of thesis</b> Tallinn and Helsinki as cruise destinations the Baltic Sea	<b>Number of pages and appendices</b> 36+2
<b>Supervisor(s)</b> Annika Konttinen, Anu Seppänen	
<p>The objective of this thesis was to compare Tallinn and Helsinki as Baltic Sea cruise destinations. The purpose was to explore the position of Tallinn and Helsinki in the Baltic Sea as well as to illuminate the strategies and objectives of cruise tourism in these cities. Naturally, increased competition enforces the cities to know their competitors.</p> <p>This work compares products and tours offered to customers in these cities. The study was commissioned by the Helsinki City Tourist &amp; Convention Bureau. The theme was chosen in cooperation with the principal, since it is topical and beneficial to the commissioner. The theoretical framework is based on cruise tourism and its various aspects, as well as assessing competition in cruise destinations.</p> <p>The data for the study were collected by means of interviews and by observing websites. The interviews were conducted during the summer and autumn of 2012. The study involved a total of four interviews: Helsinki Cruise Coordinator, the Port of Tallinn's Cruise and Ferry Manager as well as representatives from two Finnish tour operators.</p> <p>Notably, cruise tourism is largely increasing in Helsinki and Tallinn and the rate of growth has been in the past few years more than 10% in both cities. However, it seems difficult to differentiate the cities, since most of the cruise itineraries run through both destinations.</p> <p>In conclusion, the interviews reveal that Tallinn and Helsinki look for more cooperation between the cities as well as for collaborative networks. Naturally, cooperation, such as the addition of marketing to reach out to more customers, would benefit both parties. Cruise tourism does not yet play such a significant role regarding tourism revenue in the cities, however, it has a large potential to increase. Finally, there does not seem to be a major difference between products offered in these countries. Yet, Helsinki has a little more to offer to customers than Tallinn and also more companies offering tours such as the traditional guided tours favored by visitors.</p>	
<b>Key words</b> Baltic Sea, cruise tourism, Tallinn, Helsinki	

# Sisällys

1 Johdanto.....	1
2 Risteilymatkailu ja Itämeri.....	3
2.1 Risteilymatkailu matkailun muotona.....	4
2.2 Itämeri risteilyalueena.....	6
3 Kansainvälisten risteilykohteiden kilpailu.....	10
3.1 Risteilysataman kilpailukyky.....	11
3.2 Risteilymatkailun markkinointi ja verkostot.....	11
4 Tutkimus ja aineistonkeruu.....	14
4.1 Haastattelut.....	15
4.2 Havainnointi sisällönanalyysinä.....	16
4.3 Tutkimuksen luetettavuus ja pätevyys.....	17
5 Helsinki ja Tallinna kansainvälisenä risteilykohteena.....	19
5.1 Satamat.....	20
5.2 Tuotteet maissa.....	23
5.3 Matkustaja.....	27
5.4 Risteilymatkailun taloudellinen merkitys.....	28
6 Johtopäätökset.....	30
Lähteet.....	33
Litteet.....	37

# 1 Johdanto

Maan pinta-alasta 71 % on veden peitossa. Näin voidaan väittää, että planeettamme on merkittävässä mielessä nimetty väärin. Se tuo paljon mahdollisuuksia risteily matkustukseen. Tämän päivän risteilyalukset ovat niin sanottuja kelluvia lomakohteita, joista löytyy jokaiselle jotakin tekemistä ja vaihtoehtoja on laajalti. Risteilymatkustus on suosittua, koska se vie sinut pois paineen luota sekä nykypäivän hektisestä elämästä. Se tarjoaa paon todellisuudesta. (Gibson 2012, 3-5.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on vertailla Tallinnan ja Helsingin välistä asemaa Itämerellä kansainvälisenä risteilykohteena. Työssä keskitytään Helsingin ja Tallinnan väliseen kilpailuun kansainvälisenä risteilysatamana sekä vertaillaan tarjottavia tuotteita. Työssä vertaillaan Tallinnan ja Helsingin potentiaalia kansainvälisenä risteilykohteina ja satamina sekä kuinka ne voivat kehittyä ennestään. Opinnäytetyössä vertaillaan molempien kaupunkien tarjoamia tuotteita risteilyasiakkaille maissa. Kaupunkien haastavuutena on se, että molemmat mielletään hyvin samankaltaisiksi, vaikka eroja on paljon. Tutkimusongelma määriteltiin kahteen ongelmaan, jotka ovat; miten saada kohteista kilpailukykyisempiä ja miten tarjottavat tuotteet eroavat maissa.

Työssä esitellään Itämeren risteilyalueena ja verrataan Helsinkiä ja Tallinnaan kilpailevina satamina. Työssä tuodaan esiin myös kaupunkien risteilylukuja sekä kaupungeissa tarjottavia tuotteita risteilyasiakkaille ja vertaillaan niiden eroja.

Kansainvälinen risteily on kasvava matkustusmuoto ja sitä on alettu katsomaan yhtenä tärkeänä matkailutulonlähteenä. Risteilymatkailun kilpailukykytekijöitä tarkastellaan Helsingin ja Tallinnan osalta taloudelliselta kannalta sekä tutkitaan kaupunkien asemaa Itämeren risteilymatkailussa.

Toimeksiantaja tässä työssä on Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto. Yrityksen tehtävänä on markkinoida Helsinkiä matkailu- ja kokouskohteena sekä tiedottaa alueen matkailupalveluista. Toimisto edistää matkailuelinkeinon kehittymistä, teettämällä tilastoja sekä tutkimuksia. Tutkimuksen tulokset ovat tärkeitä toimeksiantajan kannalta, sillä pärjätäkseen kilpailussa tulee Helsingin olla selvillä kilpailijan tilanteesta. Kehite-

tään omaa toimintaa ja tarjontaa, jotta kaupungille saataisiin yhä enemmän kansainvälisiä risteilijöitä.

Opinnäytetyön lähestymistavaksi on otettu matkailualan ammattilaisten näkökulma. Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, joka toteutetaan haastattelemalla sidosryhmiä. Aineistona käytetään valmiita tilastotietoja sekä alan ammattilaisten haastatteluita ja heiltä saamia tietoja. Helsingin kansainvälisestä risteilystä tilasto- ja muita tietoja työhön saatiin Helsingin matkailu- ja kongressitoimiston risteilykoordinaattorilta. Tallinnan kansainvälisestä risteilystä tietoja saatiin Tallinnan Sataman Cruise and Ferry Managerilta. Risteilyasiakkaille tarjottavista retkistä puhelinhaastattelu saatiin kahdelta matkanjärjestäjältä.

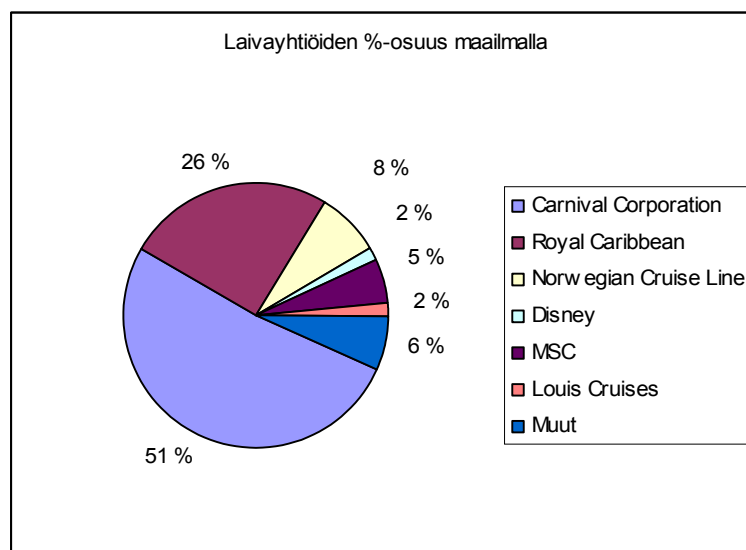
Teorian osuus koostuu yleisesti risteilymatkailusta matkailun muotona sekä Itämeren risteilystä. Tämän jälkeen kerrotaan risteilykohteiden kilpailusta ja markkinoinnista. Tutkimusmenetelmänä työssä kerrotaan haastattelusta sekä havainnoinnista, niiden haasteista ja vahvuuksista. Luvussa 5 esitellään Tallinna ja Helsinki kansainvälisenä risteilykohteena, jossa vertaillaan matkustaja tilastoja ja tarjottavia tuotteita. Risteilyiltä tulevat matkustajat haluavat nähdä mahdollisimman paljon pysähdyskohteen kaupungista. Näin ollen on hyvä tarjota risteilyasiakkaille helppoja palveluja, joihin ei mene montaa tuntia aikaa. Samassa luvussa on mukana haastatteluiden tuloksia. Työn viimeisessä osiossa käsitellään johtopäätöksiä.

## 2 Risteilymatkailu ja Itämeri

Tässä kappaleessa esitellään yleisesti risteilymatkailu ja johtavat varustamot maailmalla. Tuodaan esiin risteilymatkailu matkailunmuotona, käsitteiden ja yleisimpien risteilytyyppien avulla. Viimeisessä osassa kerrotaan Itämerestä risteilyalueena.

Risteily on matka, joka tehdään meritse matkustajalaivalla ja se on huvimatkailua. Risteilyalusta kuvaillaan liikkuvana lomakeskuksena, mikä siirtää matkustajia paikasta toiseen. Nykyään laivoja ei pidetä pelkästään kuljetusvälineenä vaan kelluvana hotellina. Risteilyaluksessa on kaikki samat mukavuudet kuin lomakeskuksessakin. Siellä on ravintoloita, baareja, monia aktiviteetteja, ostoskeskuksia ym. Trendinä on että hytti on ikkunallinen tai siinä on parveke. (Dowling 2006, 3-4.)

Maailman suosituimmat risteilyalueet ovat Karibia, Eurooppa ja Alaska. Kolme suurinta varustamoaa maailmalla ovat Carnival Corporation, Royal Caribbean ja Norwegian Cruise Line. Carnival Corporation on suurin laivayhtiö ja sen markkinaosuus on yli puolet maailman risteilymatkailusta. Vuoden 2011 tilaston mukaan sen markkinaosuus oli maailmalla (lukuun ottamatta Pohjois-Amerikkaa) 51,6 %, kun toisena tuleva Royal Caribbean osuus oli 25,6 %. Gibsonin kirjassa oli eritelty Pohjois-Amerikan markkinaosuudet erikseen. Näistä yhtiöistä kaikki liikennöivät Itämerellä. (Dowling 2006, 4; Gibson 2012, 24.)



Kuvio 1. Suurimmat varustamot maailmalla. (lukuun ottamatta Pohjois-Amerikkaa) (Gibson 2012, 61.)

Kuviosta 1 voi nähdä, kuinka Carnival Corporation hallitsee risteilymatkailua maailmalla. Risteilyaluksia sillä on omistuksessa 98 kappaletta, kun Royal Caribbeanilla on 40 ja Norwegian Cruise Linella on 18. (Gibson 2012, 61.)

Kansainvälisiä risteilymatkoja tehtiin alkujaan ensisijaisesti Karibialle ja Välimerelle. Itämeren risteilyliikenteellä on pitkä historia 1000-luvun kauppalaivoista nykypäivän loistoristeilijöihin. Risteilymatkailu alkoi 1800-luvulla ja se kehittyi Tyynellä Valtamerellä ajansaatossa postiliikenteen oheistuotteena. (Dowling 2006, 3.)

Laivayhtiöt mainostavat ja sijoittavat yhä enemmän tuotemerkkejä, jotta asiakas tunnistaa tuotteen, koska kilpailu on kovaa ja kasvaa koko ajan. Risteilymarkkinoiden kasvaessa tuotteen brändääminen tulee yhä merkittävämmäksi. (Dowling 2006, 3.)

## **2.1 Risteilymatkailu matkailun muotona**

Kansainvälinen risteily on kasvusuunnassa matkailun muotona. Se on monipuolista, helppoa ja suhteellisen edullista. Tässä matkustus muodossa voi yhdistää monia matkustussuuntia, kuten kaupunki- ja rantalomaa. Risteilymatkustaminen kasvaa asiakaspotentiaalin kasvaessa. (Dowling 2006, 5.)

Kansainvälistä risteilyä määritellään niin, että se täyttää seuraavat kriteerit: "lomamatka, joka kestää vähintään kolme vuorokautta ja risteilee pääasiassa lämpimissä vesissä." Tähän kriteerin piiriin ei näin ollen kuulu Itämerellä ympärivuoden liikennöivät risteilijät. Kansainvälisellä risteilyaluksella ei suoriteta minkäänlaista rahti- tai autokuljetuksia, koska ne ovat tehty pelkästään matkustajakäyttöön. (Dowling 2006, 3-4; Gibson 2012, 2-3.)

Kansainvälinen risteily luokitellaan siten, että se kestää vähintään 60 tuntia ja aluksella on vähintään kaksi muuta käyntisatamaa lähtö- ja paluu sataman lisäksi. Käyntisatama eli port of call:ssa, risteilymatkustaja käy kohteessa ja on siellä 3-10 tuntia, saman päivän aikana, jonka jälkeen hän palaa takaisin laivaan. Laivassa ei kuljeteta rahtia vaan ainoastaan matkustajia. (Heino, N. 17.9.2012.)



Risteilymatkailun tyyppejä on monia. Valtamerenristeilyissä matkustetaan kohteesta A kohteeseen B ja se on yhdensuuntainen valtamerimatka. Standardiristeilyiksi kutsutaan avomerellä tehtäviä yhdensuuntaisia tai kiertomatkvoja. Alukset ovat monipuolisia ja palvelu on korkeatasoista. Matkan päätarkoitus on itse matkustaminen. Joki- ja kanavaristeilyt kulkevat sanansa mukaisesti kanavia tai jokia pitkin ja ne linkittyvät suuresti alueen kulttuuriin ja nähtävyyksiin. Päiväristeilyt tyypillisesti kestävät alle 15 tuntia. Modernit risteilyt ovat massatuote ja ne tarjoavat samankaltaisia palveluita kuten lomakeskukset. Yleensä risteilyt tehdään uusilla isoilla aluksilla, jotka pystyvät tarjoamaan laadukkaita palveluita. Luksusristeilyt tarjoavat mahdollisimman laadukasta palvelua, luksusta ja hemmottelua. Risteilyn sisältö on tärkeää ja ne ovat pitkäkestoisia ja sisältävät kansainvälisiä kohteita. (Douglas & Douglas 2004, 109-142; Kimara Travel Consulting 2007. )

Risteilylaivoihin mahtuu 200–5500 matkustajaa, koosta riippuen. Itämerellä risteilevät alukset ovat kooltaan noin 2000 matkustajan luokkaa tai pienempiä. Esimerkiksi Royal Caribbean omistamalle Celebrity Eclipse laivalle mahtuu 2850 risteilymatkustajaa ja hyttejä sillä on 1384. Kuviossa 2 nähdään Celebrity Eclibse laiva ja sen allasalue. Tämä on kooltaan suurimpia risteilyaluksia, joka kulkee Itämerellä. Kesällä 2012 Celebrity Eclipse laiva vieraili niin Helsingin kuin Tallinnankin satamassa. Helsingissä laiva telakoitui Jätkänsaaren satamaan, koska se ei mahtunut muihin risteilyalussatamiin.



Kuvio 2. Celebrity Eclibse laiva ja sen allasalue. (Royal Caribbean 2012.)

Risteilijän pituus on 317 metriä ja leveys 37 metriä. Laiva on 16-kerroksinen ja sieltä löytyy 11 erilaista teemaravintolaa. Ruokailut sisältyvät matkan hintaan. Talvella laiva risteilee Karibialla ja kesällä se tekee risteilyjä Välimerellä ja Pohjois-Euroopassa.

Celebrity Eclipse on yksi suurimmista laivoista, joka on ollut Helsingin satamassa. (Royal Caribbean 2012.)

## 2.2 Itämeri risteilyalueena

Itämeri on lähes kaksi kertaa suurempi kuin Adrianmeri, mutta paljon pienempi kuin Karibianmeri. Muihin meriin verrattuna Itämeri on pieni ja matala. Sen keskisyvyys on vain 55 metriä. Itämeren vesi on vähäsuolaista murtovettä, se on sekoitus suolaista ja makeaa. Veden suolapitoisuus on vain noin viidesosa valtameren suolapitoisuudesta. Itämeren pinta-ala on 392 000. Itämeren yhteys valtameriin on hyvin rajoittunut, se on yhteydessä Pohjanmereen ainoastaan kapeiden Tanskan salmien kautta. Pohjanmeren ja Itämeren välistä vedenvaihtoa rajoittaa paitsi näiden salmien kapeus, myös erityisesti niiden mataluus. (Itämeriportaali 2012; Puhdas Itämeri 2012.)

Itämeren risteilyhistoria on jaettu viiteen pääaikakauteen Dowlingin mukaan. Risteilyturismi Itämerellä alkoi 160 vuotta sitten. Ensimmäinen kausi/vaihe kesti 1860-luvun puoliväliin, jolloin matkustajahöyrylaivat alkoivat lisätä aikatauluja sekä syntyivät uusia satamia. 1800-luvulla alkoi toinen aikakausi, jolloin laivaliikenne kasvoi yhä enemmän kuten Ruotsissa, sekä tällöin alettiin rakentamaan parempia laivoja. Itämeren matkailun laajentuessa perustettiin kolmas ”historiallinen” laivareitti, Suomen Bore Line, vuonna 1908. (Dowling 2009, 131-132.)

Kolmanteen jaksoon sisältyy monia vuosia kestäviä sotia. Toisen maailmansodan jälkeiset seuraukset toivat muutoksia ympäristöön Itämeren etelärannalla. Tämä tuotti uudenlaisia kehitysmalleja alueille. Kehittyvä markkinointi toi Pohjoismaiden lisäksi uusia tulokkaita kuten, Viron, Latvian, Liettuan ja Puolan. Tuolloin syntyi ensimmäinen modernimpi risteilyn aikakausi. Lauttojen ja matkustajapalveluiden moderni kausi alkoi 1950-luvulla, jolloin siirryttiin asteittain massaturismiin. Vuosisadan jälkipuoliskolla alan loppumaton kasvu vain jatkui. Neljäs kausi päättyi itäblokin romahtamiseen 1989-1990. (Dowling 2009, 131-132.)

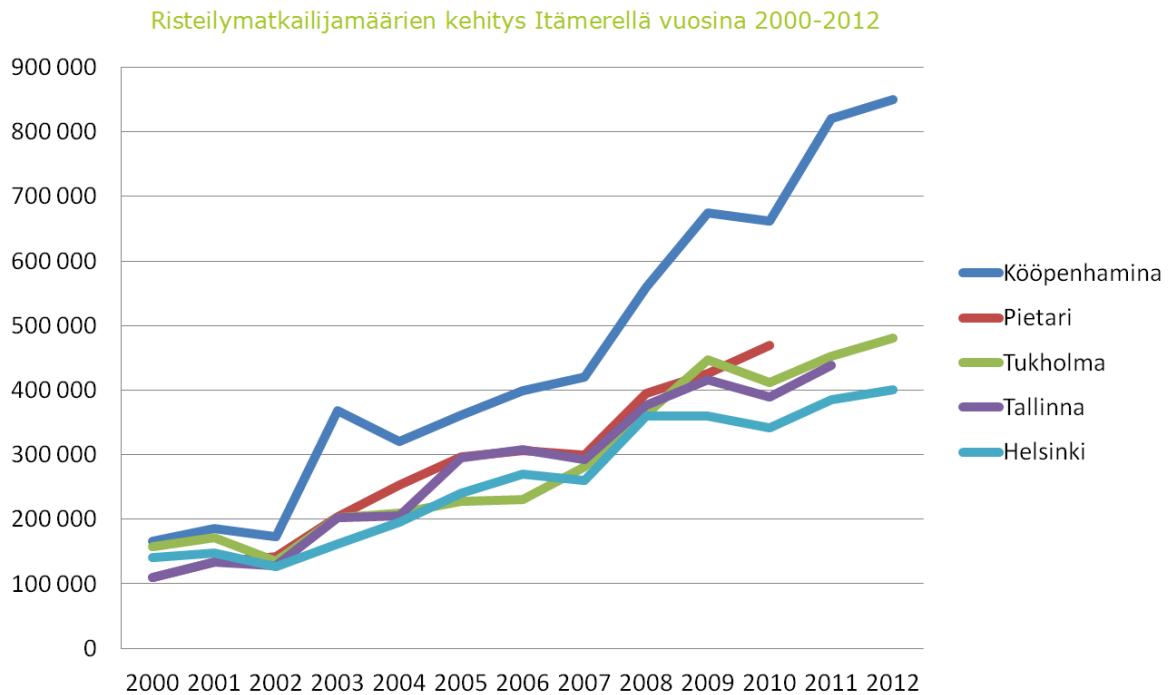
Itäblokin hajoaminen aloittaa viidennen aikakauden, jolloin Itämeri vapautuu geopolittisesti. Geopolitiikka tarkoittaa tiedettä, joka tutkii kansainvälisen politiikan

riippuvuutta maantieteellisistä tekijöistä. Tämän seurauksena avautuvat kansainväliset markkinat ja Venäjä alkoi osallistua aktiivisesti Itämeren turismiin, mikä kasvatti huomasti risteilyjä Itämerellä. Tänä päivänä Itämerellä pystyy kuka vain kulkemaan ja mukana on paljon erilaisia sidosryhmiä, jotka ovat tärkeitä risteilijöiden kannalta. (Dowling 2006, 131-132; Harle & Moisio 2003, 5)



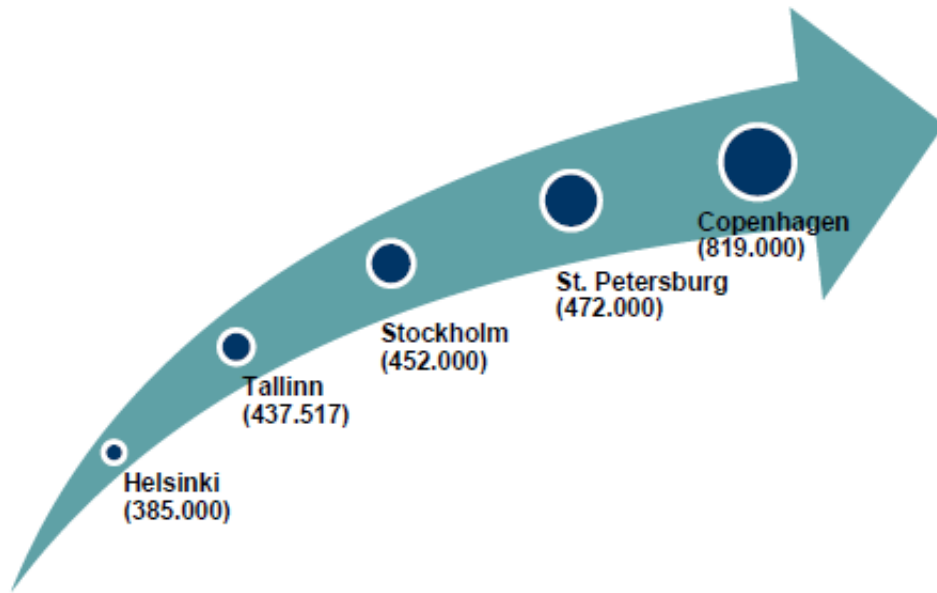
Kuvio 3. Royal Caribbean 7 yön Scan Russian -risteily. (Royal Caribbean 2012.)

Itämerellä liikennöiviä varustamoita ovat Carnival Corporation, Royal Caribbean ja Star/NCL Group. Risteilyreitit varustamoilla ei paljoakaan eroa toisistaan. Itämeren risteilyt ovat yleisesti pituudeltaan 7-12 yötä. (Kuvio 3) Suurimmaksi osaksi Itämeren risteilyjen lähtösatamana toimii Kööpenhamina, myös Tukholmasta lähtee osa risteilyistä. (Royal Caribbean 2012.)



Kuvio 4. Risteilymatkailijamäärien kehitys Itämerellä vuosina 2000-2012. (Heino, N. 17.9.2012.)

Itämeren risteilymatkailun kehitys on ollut huimassa kasvussa. Kymmenessä vuodessa matkustajamäärät ovat kasvaneet yli puolella. Risteilymatkailijat ovat pääosin pohjois-amerikkalaisia, toisena tulevat isobritannialaiset ja kolmantena saksalaiset. Kuviosta 4 voi nähdä kasvun kaupungeittain. Kööpenhaminan kasvu ja luvut ovat Itämeren suurimmat. Vuonna 2011 Kööpenhaminalla oli risteilymatkustajia 819 000, kasvua edellisvuoteen oli jopa 23,7 %. Syy Kööpenhaminan suosioon on se, että satama toimii monen varustamon lähtösatamana. Kaupunki on helppo saavuttaa lentäen, koska Kööpenhaminasta lähtee suoria lentoja esimerkiksi Pohjois-Amerikkaan. (Heino, N. 17.9.2012.)



Kuvio 5. Itämeren suurimmat matkailijamäärät 2011. (Cruise Baltic 2012)

Kuviosta 5 voidaan huomata, että suurimmat matkailijamäärät Itämerellä on Kööpenhaminalla, Pietarilla ja Tukholmalla. Kööpenhaminan ollessa ehdottomasti vetovoimaisin. Kaupungin matkustajamäärien kasvu on ollut suuri. Tallinna on tilastollisesti hiukan Helsinkiä edellä. Kööpenhaminan ollessa omissa lukemissaan matkailijoissa. (Heino, N. 17.9.2012.)

### 3 Kansainvälisten risteilykohteiden kilpailu

Tässä kappaleessa tuodaan esiin risteilykohteiden kilpailua ja niiden kilpailukykyä.

Kappaleessa käsitellään kilpailukeinoja sekä esitellään risteilymatkailun markkinointia ja sitä edistäviä yhteistyökumppaneita.

Kansainvälisen risteilykohteen on arvioitava omaa kilpailukykyään jatkuvasti. Risteilykohteen on pystyttävä tarjoamaan asiakkaille elämyksiä, erotuttava joukosta sekä saada matkailijat kiinnostumaan kohteesta. Matkailutuotteesta, kohde saa kilpailuedun itselleen silloin, kun sillä on jotakin erityistä, mitä kilpailijalla ei ole tai sitä on vaikea hankkia tai jäljitellä. Kilpailukyvyllä tarkoitetaan myös kohteen kykyä käyttää voimavarojaan tehokkaasti pitkän ajan tähtäimellä. (Dowling 2006, 31.)

Matkailukohteen valinnassa tärkeimpiä syitä ovat vetovoimatekijät ja nähtävyydet. Vetovoimatekijöitä ovat mm. luonto, ilmasto, kulttuuri, historia, aktiviteetit ja tapahtumat. Nämä tuovat kohteelle lisää kilpailukykyä, mutta kaikkiin vetovoimatekijöihin matkailukohde ei voi vaikuttaa kuten risteilykaudet. Esimerkiksi risteilykaudet vaikuttavat paljon. Itämeren risteilyitä tehdään pääasiassa kesällä, koska silloin on lämmintä ja on hyvä sää matkustaa. (Ritchie & Crouch 2005, 1-2, 23, 68; Enright & Newton 2004, 778.)

Risteilymatkailu on luonteeltaan palvelutuote, jossa on aineetonta ja aineellista palvelua. Matkailutuote on asiakkaan arviointiin perustuva kokemus. Asiakas on osallisena tuotteen hinnan edistymiseen. Puhuttaessa tuotteesta tulee asiakkaan tietää mitä palveluja hintaan kuuluu ja mistä palveluista on maksettava lisää. (Gibson 2012, 8)

Kilpailusta pyritään aktiivisesti luomaan tehokasta kaikkien markkinaosapuolten kesken. Kilpailu on toivottavaa, koska silloin kehittyy monipuolisempia tuotteita ja tarjonta lisääntyy kuluttajille. Lisäksi tehokas kilpailu yritysten kesken voi alentaa hintoja ja lisätä tuotteiden laatua, mikä tuo kuluttajille etua. Matkailu on yksi suurimmista elinkeinoista maailmassa ja alalla liikkuu suuria määriä rahaa. Risteilyt ovat vain pieni osa matkailua, mutta niiden kasvu on suurta. (Dowling 2006, 31, 39.)

### **3.1 Risteilysataman kilpailukyky**

Kilpailukyvyllä tarkoitetaan jonkin tuotteen, yrityksen, tuotannonalan tai koko kansantalouden kykyä kilpailla hinnalla, laadulla ja tuotteiden saatavuudella vastaavien tuotteiden kanssa. (Ojala & Pöysti 2012, 5.)

Kilpailuvalttina kaupungilla on tarjota risteilyasiakkaille jotakin erilaista saapuville matkustajille. Risteilyasiakkaille tarjontaa on laidasta laitaan. Monia oheispalveluita voi ostaa jo varattaessa risteilyä, kuten kaupunkikiertoajelun, opastetun kiertokävelyn tai parin tunnin retken. (Dowling 2006, 31.)

Kansainvälisessä risteilytoiminnassa kilpailutilanne on ollut erittäin kova. Se on lähes kokonaan ylikansallisten yritysten omistuksessa. Maailman laajuisista risteilymarkkinoista 80% hallitsee kolme suurinta risteily-yritystä. Tämä on maailmanlaajuisten standardien mukaan erittäin suuri keskittymisen aste. (Gibson 2012, 23-25.)

Kansainvälisen risteilymatkailun kilpailutekijöistä yksi tärkeimmistä on satamien ja terminaalien matkustajaystävällisyys, jossa tarjotaan saumatonta ja kiireetöntä palvelua. Matkustajat haluavat helppoa ja esteetöntä palvelua sekä kulkua. Muita kilpailutekijöitä ovat satamien infrastruktuuri, eli millaisia palveluita risteilyasiakkaille tarjotaan satamissa, esimerkiksi onko kahviloita tai matkamuistomyymälöitä. Satamarutiinien yksinkertaistaminen ja turvallisuuden takaaminen sekä sijainti ovat myös hyvin tärkeitä asiakkaille. Näillä tekijöillä pyritään tekemään asiakkaan oleskelusta miellyttävää ja helppoa. Kerralla saapuvat suuret matkustajamäärät asettavat satamille ja niiden infrastruktuurille korkeat vaatimukset. Parhaiten kilpailussa menestyvät satamat, jotka tarjoavat monipuolisemmat palvelut ja etuudet. (Cruise Industry in Figures 2004.)

### **3.2 Risteilymatkailun markkinointi ja verkostot**

Markkinoinnissa on menossa parhaillaan historian suurin mullistus. Viime vuosikymmenten aikana markkinointi on ollut mainontaa sanomalehdissä, radiossa ja televisiossa. Suurin osa markkinointiin liittyvistä tekemisistä ja sisällöstä on jo siirtynyt internetiin. Markkinointi voidaan määritellä siten, että se on "myyntiä tukeva" toiminto, jonka tehtävänä oli "luoda kysyntää". (Juslén 2009, 5) Sosiaalinen media on hyvä

esimerkki tänä päivänä siitä, kuinka markkinointi on muuttunut ja siirtynyt internetiin. Esimerkkinä Cruise Critic, mikä on risteilyasiakkaiden oma internet sivusto, jonne he voivat kertoa omia kokemuksia risteilymatkoiltaan. (Juslén 2009, 4-6.)

Tuote on markkinoinnin lähtökohta, sen tehtävänä on vastata asiakkaan tarpeeseen. Markkinoinnin tavoitteena on saada asiakkaan huomio kiinnittymään tuotteeseen, mitä markkinoija yrittää myydä. Suurin osa Itämeren risteilymarkkinoinnista tapahtuu internetissä, laivayhtiöiden omilla sivuilla sekä mainitun sosiaalisen median kautta. (Juslén 2009, 44-45.)

Laivayhtiöillä on tukena erilaisia yhteistyöverkostoja, jotka tarjoavat apua sekä neuvoja. Itämeren kansainvälistä markkinointia edistävä verkosto, Cruise Baltic, on perustettu vuonna 2004. Verkostoon kuuluu kaiken kaikkiaan 10 Itämeren valtiota ja 26 satamaa. Suomessa Helsingin lisäksi verkostoon kuuluu Turku, Maarianhamina, Kotka ja Kemi. (Kuvio 6.) Virossa verkostoon kuuluu Tallinna sekä Saaremaa. Cruise Baltic edistää Itämeren tuotekehitystä ja päämääränä on kasvattaa sen markkinaosuutta koko maailman risteilymarkkinoilla sekä lisätä risteilyjen ja matkustajien määrää Itämerellä. Cruise Balticin kautta kaikki mukana olevat maat pystyvät tarjoamaan samanlaista korkeatasoista palvelua sekä satamissa että kaupungeissa niihin saapuville risteilyaluksille ja matkustajille. (Cruise Baltic 2012.)



Kuvio 6. Suomen ja Viron satamat, jotka ovat mukana Cruise Balticin toiminnassa. (Cruise Baltic 2012.)



Cruise Balticin visio on olla risteilymatkustuksen johtava verkosto, joka mainostaa Itämeren risteilykohteita. Missiona verkostolla on päästä maailman suosituimmaksi risteilyalueeksi. Arvot ovat tärkeitä Cruise Balticille, joihin kuuluvat laatu, ammattimaisuus asiakaskeisyys, innovaatio ja verkostoituminen. Verkosto on jakanut asiakkaansa neljään segmenttiin, joita ovat laivayhtiöt, matkatoimistot, kuluttajat ja yrityskumppanit. (Cruise Baltic 2012.)

Suomessa toimii epävirallinen markkinoinnin yhteistyöjärjestö Cruise Finland. Sen tarkoituksena on ylläpitää ja lisätä risteily toimintaa Suomessa kansainvälisen markkinoinnin avulla. (Cruise Finland 2012.)

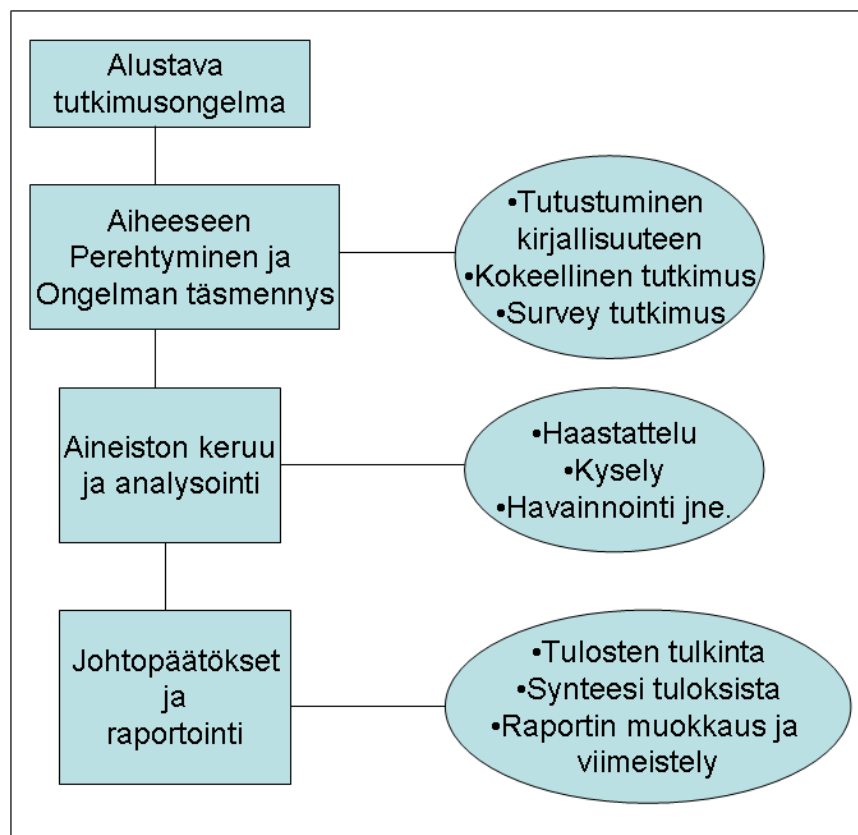
Helsinki Cruise Network on epävirallinen verkosto, mikä kehittää palveluja Helsingin risteilymatkustajille, parantaa Helsingin kilpailukykyä yritysten yhteistyöllä, koordinoi palvelujen kehittämistä ja markkinointia, kehittää ympäristöasioita ja koti- ja vaihtosatamatoimintaa, sekä pyrkii lisäämään yleisesti risteilymatkailua Helsingissä. (Heino, N. 2012.)

Jäsenenä verkostossa on noin 60 yrittäjää. Verkoston jäseneksi voi liittyä Helsingin seudulla toimiva yritys, jonka toiminta liittyy risteilymatkailuun. Yrityksen toiminnan tulee olla vakiintunutta ja laadukasta ja yrityksen on oltava valmis yhteistyöhön verkoston muiden jäsenten kanssa palvelujen kehittämiseksi. Verkoston toimintaa koordinoi ja ylläpitää Helsingin Matkailu Oy, joka toimii matkailu- ja kongressitoimiston yhteydessä. Se toimii tiiviisti mukana yhteistyössä risteily-yritysten kanssa ja se ylläpitää Helsinki Cruise Network verkostoa. (Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto 2012.)

Tallinnalla ei ole virallista Cruise Networkia. Tallinnan satama johtaa epävirallista yhteistyötä satamien, Tallinna matkailutoimiston, Viron edistämiskeskuksen, huolintaliikkeiden, matkanjärjestäjien, rajavartiolaitoksen ym. kanssa. He tapaavat pari kertaa vuodessa, kauden alussa sekä lopussa. Yhdessä he markkinoivat Tallinnaa myös messuilla, kuten Seatrade Miamissa ja Seatrade Hamburgissa. (Arro, S. 1.10.2012.)

## 4 Tutkimus ja aineistonkeruu

Opinnäytetyön lähestymistavaksi on valittu kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvalitatiivinen suuntaus tutkii asian merkitystä ja se on tulkitsevaa. Kieli ohjaa havaintoja merkityksen kautta, joita tutkimuksen tulisi tavoittaa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa merkityksen tutkiminen onkin keskeistä. Tässä tutkimusmenetelmässä kohde ja tutkija ovat vuorovaikutuksessa. Tutkimusprosessissa menetelmät alkavat ideoista ja faktoista, jotka johtavat teorioihin, ennustuksiin ja ehdotuksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 19-23.)



Kuvio 7. Empiirisen tutkimuksen kokonaisuus ja vaiheet. Tavallisen tutkimusprosessin kaavamainen malli noudattelee kuvion logiikkaa. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 14.)

Aineistonkeruu toteutettiin haastattelemalla Helsingin ja Tallinnan kansainvälisen risteilyn asiantuntijoita sekä haastattelemalla puhelimitse kahta matkanjärjestäjää. Työssä havainnoidaan myös risteily-yhtiöiden internetsivuilla tarjottavia tuotteita ja retkiä maissa. Työssä käytetään hyödyksi alan kirjallisuutta ja aiempia tutkimuksia. Kuviossa 7 on tutkimusprosessin malli, siitä voidaan huomata miten tavallisesti tutkimusprosessi etenee. Tässä työssä eteneminen meni suurin piirtein mallin mukaan.

Ensin mietittiin aihe ja siihen tutkimusongelma. Tämän jälkeen perehdyttiin aiheeseen ja alettiin keräämään aineistoa. Ainoastaan yksi poikkeus tuli siinä, että yksi haastattelu saatiin myöhemmin ja johtopäätöksiä oli jo tehty, mutta haastattelun saatua lisättiin haastattelun tulokset tähän mukaan.

#### **4.1 Haastattelut**

Haastattelun ideana on kerätä tietoa, joka perustuu vuorovaikutukseen haastattelijan ja haastateltavan kanssa. Se on ennalta suunniteltu keskustelutilanne, jonka avulla kerätään tietoja aiheesta josta halutaan tarkentavaa tietoa. Haastattelut voidaan jakaa lomake-, teema- ja avoimiin haastatteluihin, jotka voidaan toteuttaa yksilö-, pari- tai ryhmähaastatteluina. Haastattelu voidaan yhdistää myös muihin tutkimusmenetelmiin ja näin mahdollistavat monipuolisen käytön tutkimuksissa. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 42-46.)

Haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumuodoista. Haastatteluun tutkimusmenetelmänä liittyy monia vahvuuksia sekä haasteita. Haastattelun vahvuuksia ovat esimerkiksi joustavuus ja suoravuorovaikutus haastateltavan kanssa. Se sopii moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelussa on mahdollista saada esiin vastatausten taustalla olevia motiiveja. Vastauksia ja niiden merkityksiä pystytään ymmärtämään toisin ei-kielellisten vihjeiden avulla. Haastattelun avulla pystytään selventämään vastauksia ja motivoimaan haastateltavaa. Haastattelua voidaan käyttää kartoitukseen, sillä saadaan muun tiedon lisäksi uusia hypoteeseja sekä osoittaa ilmiöiden välisiä yhteyksiä. Haastattelun avulla saadaan kuvaavia esimerkkejä. Hyvänä puolena pidetään myös, että henkilöt saadaan helpommin haastateltavaksi. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34-37; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2006, 194-196.)

Haasteina haastattelun onnistumiseen liittyvät haastattelijan taitoihin sekä haastattelukysymyksiin. Haastattelijalta vaaditaan taitoa ja kokemusta, jotta hän pystyy elämään tilanteen mukaan. Haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. Haastattelusta aiheutuu useimmiten aina kustannuksia, kuten materiaaleihin ja matkoihin. Ongelmalliseksi voi tulla myös

vapaamuotoisen haastattelun analysointi, tulkinta ja raportointi, koska valmiita “malleja” ei ole tarjolla. (Hirsijärvi & Hurme 2001, 34-35; Hirsijärvi ym. 2006, 194-196.)

Haastattelun toteutus on monivaiheinen prosessi, johon kuluu aikaa. Valmistelut tulee tehdä ajoissa ennen haastattelua. Haastattelu jaotellaan seuraaviin piirteisiin. Se on ennalta suunniteltu, haastattelu on haastattelijan alulle panema ja ohjaama, haastatteli joutuu tavallisesti motivoimaan haastateltavaa sekä ylläpitämään hänen motivaatiotaan, haastatteli j tuntee roolinsa, haastateltava taas oppii sen haastattelun kuluessa ja haastateltavan on voitava luottaa siihen, että annettuja tietoja käsitellään luottamuksellisesti. (Hirsijärvi & Hurme 2001, 34-35.)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelun ja avoimen haastattelun yhdistelmää, koska se toimi parhaiten aineistonkeruumenetelmänä. Haastattelut tehtiin kesän ja syksyn 2012 aikana. Yksi haastattelu tehtiin sähköpostin välityksellä, koska se todettiin parhaimmaksi vaihtoehdoksi molemmille osapuolille. Teemahaastattelussa aihepiirit ovat tiedossa, mutta kysymysten muoto ei ole tarkka. Teemahaastattelun ja avoimen haastattelun yhdistämisellä saatiin hyvin joustava haastattelu ja sitä pystyi muuttamaan haastattelun edetessä. Esimerkiksi jos halusi esittää jatkokysymyksen. Helsingin risteilykoordinaattorilta saatiin tietoja Helsinkiin saapuvista risteilyaluksista ja heidän toiminnastaan. Tallinnan sataman haastateltavalta kysyttiin tietoja Tallinnan risteilytoiminnasta. (Liite 1.) Risteilyasiakkaille tarjottavista tuotteista tehtiin puhelinhaastattelu kahdelle matkanjärjestäjälle. (Liite 2.) (Hirsijärvi ym. 2006, 197)

## **4.2 Havainnointi sisällönanalyysinä**

Sisällönanalyysissä aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen. Tutkittavat tekstit voivat olla melkein mitä vain: kirjoja, päiväkirjoja, haastatteluita, puheita ja keskusteluita. Sisällönanalyysin avulla pyritään muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus. Tutkimusaineiston laadullisessa sisällönanalyysissä aineisto ensin pirstotaan pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudelleen uudellelaiseksi kokonaisuudeksi. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105, 109–116.)

Havainnoinnin avulla kerätään tietoa ihmisten toiminnasta ja katsotaan toimivatko he niin kuin sanovat. Havainnoimme erilaisia asioita päivittäin, mutta tieteellinen havainnointi ei ole vain satunnaista katselemista vaan systemaattista tarkkailua. Havainnointia voidaan käyttää haastattelun lisänä ja tukena tai ihan itsenäisesti. Havainnoinnin avulla saadaan välitöntä ja suoraa informaatiota yksilön, ryhmien ja organisaatioiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. Etuna sillä pidetään sen mahdollista pääsyä tapahtumien luonnollisiin ympäristöihin. Havainnointi sopii hyvin laadullisen tutkimuksen menetelmäksi. Havainnoinnin avulla pystytään tutkimaan tilanteita, jotka muuttuvat nopeasti tai ovat vaikeasti ennakoitavissa. (Hirsjärvi ym. 2006, 201–203; Tuomi & Sarajärvi 2002, 83–85.)

Tutkittavat havainnot voivat kohdistua tapahtumiin, käyttäytymiseen ja fyysisiin kohteisiin. Tutkittavasta alueesta täytyy tutkijalla olla ennestään sellaista tietoa, jotta voidaan päättää mitä ja milloin havainnoidaan. Haasteena havainnoinnille on se, että havainnoija saattaa häiritä tutkittavaa tilannetta läsnäolollaan tai jopa muuttaa sitä. Vaikeutena havainnoinnissa voi olla myös se, että tutkija sitoutuu emotionaalisesti tutkittavaan ryhmään tai tilanteeseen ja heikentää näin tutkimuksen objektiivisuutta. Joissakin havainnoinnin tilanteissa on lisäksi vaikea tallentaa havaintoja välittömästi, jolloin tutkijan on vain luotettava muistiinsa ja kirjattava havainnot tilanteen päätyttyä. (Hirsjärvi ym. 2006, 202–203.)

Työssä havainnoidaan tuotteiden määrää ja millaisia retkiä on yrityksillä. Tarkastellaan asiakkaille tarjottavien tuotteiden eroja Tallinnan ja Helsingin välillä. Varustamoiksi valittiin Royal Caribbean ja Norwegian Cruise Line, koska molemmilla on laivoja Itämerellä. Työssä havainnoidaan tuotteiden määrää ja millaisia retkiä asiakkaille tarjotaan.

#### **4.3 Tutkimuksen luetettavuus ja pätevyys**

Opinnäytetyössä tieto on hankittu alan ammattilaisilta ja yritysten virallisilta internetsivuilta sekä alan kirjallisuudesta. Työhön saatiin 4 haastattelua, Helsingin risteilykoordinaattorilta, Tallinnan sataman Cruise and Ferry managerilta ja kahdelta matkanjärjestäjältä puhelimitse. Haastattelut ovat saatu alan ammattilaisilta ja ovat

luotettavia. Huomioon pitää ottaa kuitenkin vastausten laatu ja omien mielipiteiden antaminen.

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää monia erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja. Tutkimuksen reliaabelius, eli luotettavuus, tarkoittaa kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Se on mittaustulosten toistettavuutta. Luotettavuutta voidaan todeta monella eri tavalla. Esimerkiksi jos samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja saadaan sama tulos, voidaan tulokset todeta reliaabeleiksi. Toinen arviointiin liittyvä käsite on validius eli pätevyys. Se tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskkin mitata. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta nostaa tutkijan tarkka kertomus tutkimuksen toteuttamisesta. Tarkkuus koskee työn kaikkia vaiheita. (Hirsjärvi ym. 2006, 216–217.)

Tämän opinnäytetyön luotettavuutta ja pätevyyttä tulee tarkastella monelta kantilta. Työssä on käytetty paljon hyödyksi aiempia tutkimuksia ja niistä saatuja tuloksia. Haastattelut ovat tehty alan asiantuntijoille ja heiltä on saatu tarkkoja tietoja toiminnasta sekä myös heiltä on saatu tilastoja. Näitä tietoja voidaan pitää luotettavina. Haastatteluiden tuloksista tulee pitää mielessä omien mielipiteiden antaminen ja että kysymys on ymmärretty oikein. Työssä ei kuitenkaan kysytty omia mielipiteitä, vaan enemmänkin yritysten toimintaa liittyviä asioita ja näihin tietoihin paneudutaan. Internetsivujen havainnoimisesta tulee ottaa huomioon mahdollisten tietojen puuttuminen, sekä se ettei sieltä löytynyt kaikkia tarjottavia tuotteita. Monet tuotteista ovat tarjolla vain laivoissa. Lopputuloksen luotettavuutta pitää katsoa kriittisesti. Tuloksia ei saatu monia ja ne eivät oikein avautuneet. Haastatteluissa olisi pitänyt tarkentaa enemmän kysymyksiä ja pyytää tarkennuksia vastauksiin. Valitettavasti aika loppui kesken. Työssä olisi voitu syventyä enemmän Tallinnan ja Helsingin tuloksiin ja risteilykohteiden eroavaisuuksiin ja tuotteiden laajuuteen.

## 5 Helsinki ja Tallinna kansainvälisenä risteilykohteena

Tässä kappaleessa esitellään Helsinkiä ja Tallinnaa kansainvälisenä risteilykohteena, mukana on haastattelun kautta saatuja tuloksia. Aluksi kerrotaan kaupungeista yleisesti, jonka jälkeen syvennyttään satamiin, tarjottaviin tuotteisiin, matkustajiin ja taloudelliseen merkitykseen tutkittavissa kaupungeissa.

Helsinki on Suomen pääkaupunki, jossa asukkaita on yli puoli miljoonaa. Se sijaitsee Itämeren rannalla, josta on hyvät laivayhteydet muihin kaupunkeihin. Helsinki perustettiin vuonna 1550 ja pääkaupungiksi se julistettiin vuonna 1812. Helsinki ja sen naapurikaupungit Espoo, Vantaa ja Kauniainen muodostavat pääkaupunkiseudun, jossa asukkaita on yhteensä 1,3 miljoonaa. Rantaviivaa Helsingillä on 123 km ja saaria se edustalla on 315. (Helsingin kaupunki 2012; Halonen 2012; Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto 2012.)

Helsingin luonteeseen liitetään vahvasti merellisyys, mikä näkyy kaupunkikuvassa. Rannikolla on paljon vesiliikennettä, varsinkin Tallinnan- ja Ruotsinlaivojen suosion voi huomata. Pienemmät risteilyalukset kuten erilaiset turistialukset liikennöivät Kauppatorin rannasta kesäkaudella. Itämeren risteily innostus oli huipussaan kesällä 2012. Helsingin risteilykesä on ennätysvilkas. Kaudella 2012 kaupunkiin saapui 285 kansainvälistä risteilyalusta sekä matkailijoita niiden mukana noin 400 000. Vuonna 2011 Helsinkiin tuli 276 risteilyalusta ja niiden mukana noin 385 000 matkustajaa.

(Helsingin kaupunki 2012; Halonen 2012; Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto 2012.)

Viron pääkaupunki on Tallinna, jossa asukkaita on noin 410 000. Kaupungissa asuu melkein kolmasosa koko maan asukkaista. Tallinna sijaitsee Suomenlahden etelärannalla. Rantaviivaa kaupungilla on 46 kilometriä. Tallinnalla on ollut värikäs historia ja sitä on hallinnut aikojen saatossa niin tanskalaiset, saksalaiset, ruotsalaiset sekä venäläiset. Ristiretkeläiset perustivat Tallinnan kaupungin 1200-luvulla ja se julistettiin maan ensimmäisen itsenäisyysjulistuksen myötä pääkaupungiksi vuonna 1918. Viro itsenäistyi kuitenkin vasta 1991. (Tallinn tourism 2012.)

Tallinnan vanhakaupunki on yksi Euroopan parhaiten säilyneimmistä keskiaikaisista kaupungeista. Se pääsi Unescon maailmanperintöluetteloon vuonna 1997. Kansainvälisiä risteilyitä oli 293 vuonna 2011 ja matkustajia risteilyjen mukana tuli 437 000. (Tallinn tourism 2012.)

Helsingin matkailu- ja kongressi toimisto ei ole tehnyt erillistä strategia suunnitelmaa kansainvälisille risteilyille, mutta tulevaisuudessa on tarkoitus sellainen tehdä. Tarkoitus suunnitelman avulla on määritellä markkinoinnin painopisteet ja kehitysalueet. Strategian avulla pystyy paremmin kehittämään toimintaa ja selkeyttämään tavoitteita. Tulevaisuuden suunnitelmat on hyvä olla selvillä, näin tietää mitä halutaan saavuttaa ja kuinka tavoitteet pyritään saavuttamaan. (Heino, N. 9.8.2012.)

Tallinnalla ei ole myöskään erikseen tehtyä suunnitelmaa kansainvälisille risteilyille. Heillä on yhteinen markkinointi strategia yhteistyöverkostojen kanssa, jossa pyritään kehittämään tuotteita ja rakentamaan asiakassuhteita. Tallinnan satama on tehnyt yleisen toimintasuunnitelman, koskien sataman toimintaa. (Arro, S. 1.10.2012.)

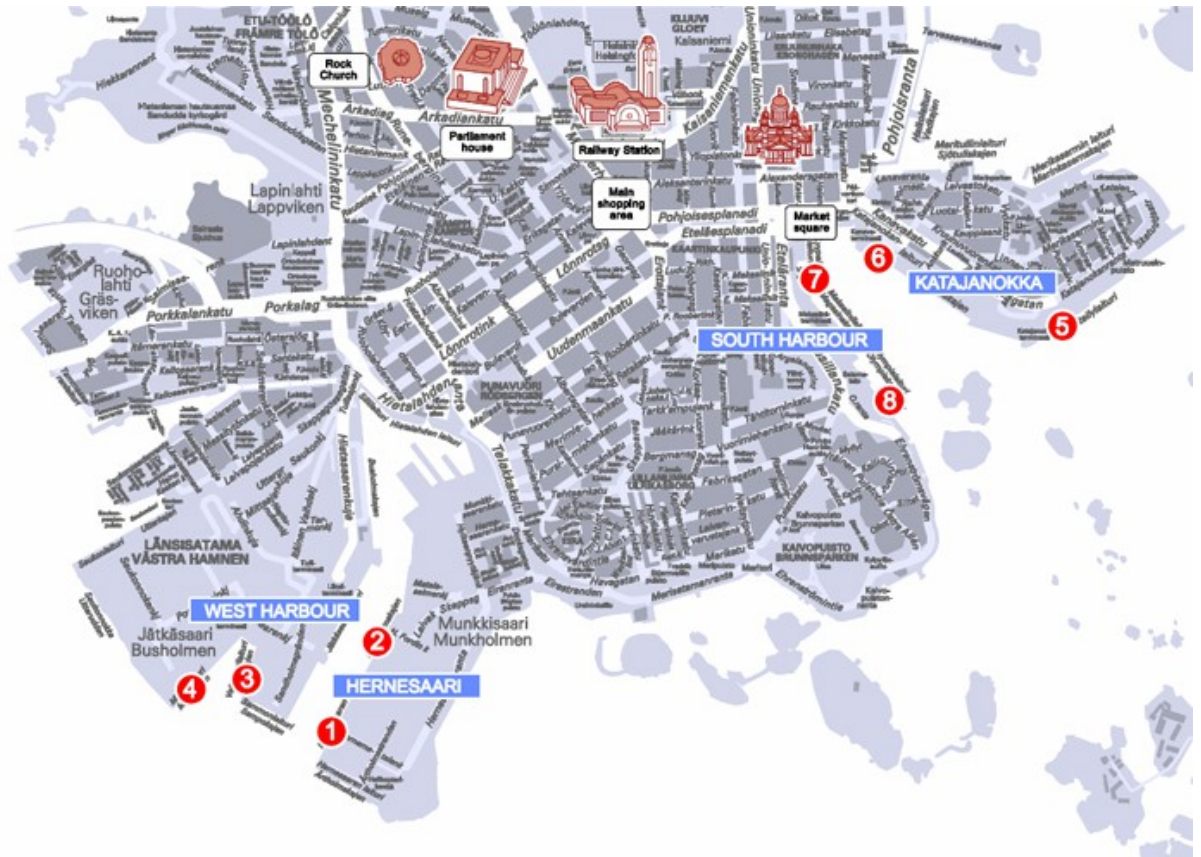
## **5.1 Satamat**

Helsingin satama toimii Suomen pääsatamana. Erikoisalanaan sillä on suuryksikköliikenteen palvelut Suomen ulkomaankaupan yrityksille. Kansainväliset risteilyalukset saapuvat Hernesaareen, Eteläsatamaan, Katajanokalle ja Länsisatamaan. (Kuvio 8) Hernesaari on osa Munkkisaarta ja se on alun perin saari, mutta kannaksen täyttämisen jälkeen siitä tuli niemi. Suurin osa kansainvälisistä risteilyaluksista telakoituu Hernesaaren satamaan, jossa on kaksi laituria ainoastaan risteilijöitä varten. (Port of Helsinki 2012)

Vuonna 2011 Hernesaareen rakennettiin uusi laituri, josta risteilymatkustajat pääsevät vesibussilla suoraan Kauppatorille. Hernesaaresta keskustaan on noin 3 kilometriä. Vesibussilla matka kestää 30 minuuttia Kauppatorille. Helsingin Hernesaaren risteilijäsatama on ainoa, jonne kookkaat risteilijä alukset voivat saapua. Eteläsataman ongelmana on Kustaanmiekkan salmi, josta suuret alukset eivät mahdu. Pienemmät alukset kuten



ruotsin-laivat voivat saapua Katajanokalle tai toisille pienemmille satamille. (Port of Helsinki 2012; Discover the Baltic 2012.)



Kuvio 8. Helsingin satamat. (Port of Helsinki 2012.)

Viron pääsatama on Tallinnassa ja se on suurin satama Virossa. Siellä on viisi terminaalialia A-, B-, D-, Old City Marina (entinen C-terminaali) ja Linnahall. A-, B- ja Old City Marina terminaalit sijaitsevat vierekkäin. D-terminaali on hieman kauempana satamaltaan toisella puolella. Kansainvälisille risteilyaluksille on erikseen rakennettu suurempi laituri A-terminaalin lähelle, matkustajasataman länsipuolelle. Erillistä risteilyterminaalialia sillä ei ole, mutta lähimpänä olevasta A-terminaalista löytyy tarvittavat palvelut kuten matkailuneuvonta ja valuutanvaihto. (Port of Tallinn 2012.)

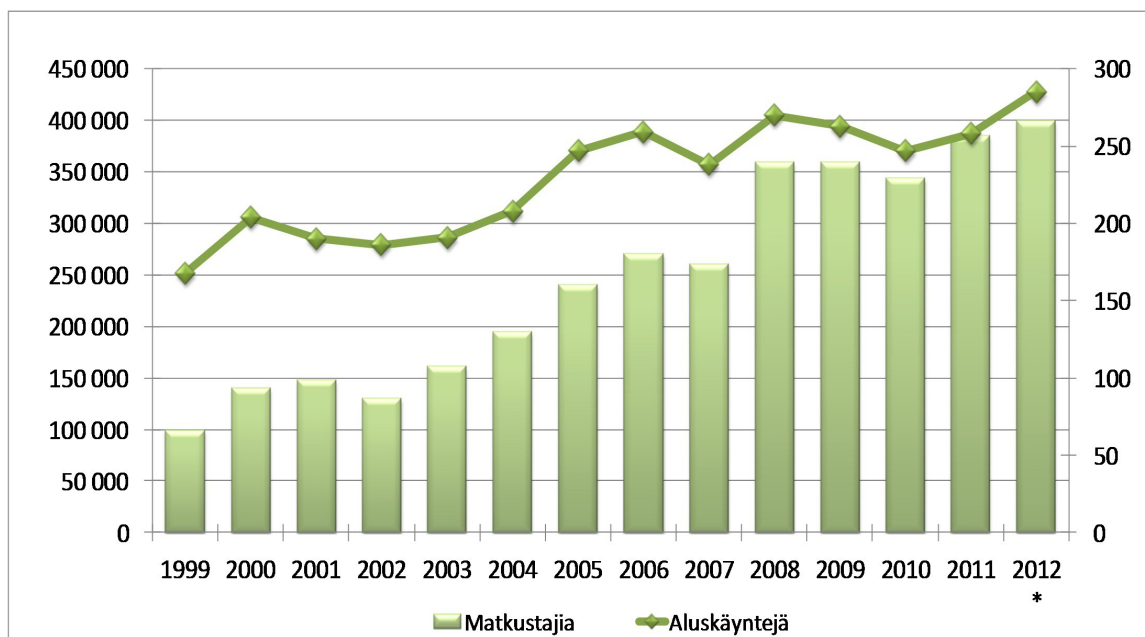
Tallinnan edustalla ei ole ahdasta sisäsaaristoa tai kapeita väyliä, kuten Helsingillä. Näin satamaan pääsevät kookkaat laivat vaivatta. Tulevaisuudessa Tallinnan satamalla on suunnitteilla rakentaa uusi pidempi laituri, jotta risteilymatkailun kasvu voisi jatkua. Syksyllä 2013 valmistuvaksi suunniteltu laituri olisi 420 metriä pitkä ja se sijoittuisi nykyisen risteilyaluslaiturin viereen. (Kuvio 9) Risteilymatkustajien kasvun vuoksi on

suuri tarve uudelle laituripaikalle. Lähivuosina Tallinna voi saavuttaa jopa puoli miljoonaa risteilymatkustajaa ja 350 risteilyalusta kaudessa sekä vaihtomatkustajien määrä on suuressa kasvussa. (Port of Tallinn 2012: Arro, S. 1.10.2012.)



Kuvio 9. Tallinnan satama. (Port of Tallinn 2012.)

Kansainvälisiä risteilyalusikäyntejä Helsingin satamassa oli 276 vuonna 2011. Vuodelle 2012 odotetaan laivoja saapuvan 285. Kasvua tulisi noin 3,3 % edelliseen vuoteen verraten. Tallinnaan saapui 437 000 risteilymatkustajaa vuonna 2011, kasvua edellisvuoteen oli 12,2 %. Laivoja saapui 293. Vuonna 2012 odotetaan saapuvan 430 000 matkustajaa ja aluksia 298. (Cruise Baltic 2012)



Kuvio 10. Kansainvälisen risteilyliikenteen kehitys Helsingissä. (Heino, N. 17.8.2012.)

Kuviosta 10 voi nähdä Helsingin aluskäyntien ja matkustajien määrän kehityksen vuodesta 1999 vuoteen 2012. Kuviosta voi päätellä, että aluksien määrän kasvu on ollut jatkuvaa, lukuun ottamatta pieniä notkahduksia, vuonna 2010 ja 2007.

## 5.2 Tuotteet maissa

Kilpailu on todella kovaa tuotteiden tarjoajilla ja ne halutaankin pitää salassa kilpailijoilta. Asiakas voi ostaa valmiin retken laivalta suoraan. Kaikki retket eivät ole tarjolla internetsivuilla, vaan suurimman osa retkistä voi ostaa vain suoraan laivalta. Tuotteet kulkevat monen välikäden kautta ennen kuin ne päätyvät asiakkaalle. palvelun tarjoajalta tuote menee ensin agentille, joka myy sen varustamolle. Matkanjärjestäjät myyvät suoraan varustamolle tuotteen, mutta palvelun tarjoaja ei ole aina suoraan yhteydessä varustamoon, koska se menee agentin kautta. Näin ollen myös jokainen haluaa ottaa osansa ja hinta karttuu paljon ennen kuin se saavuttaa asiakkaan. Tämän takia hinta voi olla kasinkertainen ellei jopa kolminkertainen alkuperäiseen hintaan verrattuna. (Heino, N. 9.8.2012.)

ECC Port Studies teki vuonna 2011 tutkimuksen Helsinkiin saapuvista kansainvälisistä risteilyasiakkaista, jossa otettiin selvää matkustajien rahankäytöstä käyntisatamissa. European Cruise Council (ECC) eli Euroopan risteily neuvosto edistää Euroopan risteilytoimintaa ja toimii yhteistyössä varustamoiden kanssa. Tutkimuksen mukaan 54% laivan asiakkaista osti retken, joka on alle Euroopan keskiarvon 62%. Retkistä 83% ostettiin laivalta ja loput suoraan yrityksiltä. Helsinki asiakkaat jotka hankkivat retken, käyttivät siihen rahaa noin 87€/ryhmä tai 38€/asiakas. Nämä luvut ovat 19% korkeammat verraten Euroopan keskiarvoon, mikä on 32€/henkilö. (ECC 2012; Heino, N. 17.8.2012.)

Vertailun vuoksi työhön valittiin kaksi suurinta laivayhtiötä, Norwegian Cruise Line ja Royal Caribbean. Molemmat risteilijät liikennöivät Itämerellä sekä pysähtyvät sekä Helsingissä että Tallinnassa. Laivayhtiöt maissa tarjoavat Helsingissä ja Tallinnassa monenlaisia retkiä. Monet näistä retkistä on halvempia kun ne varataan suoraan laivasta tai varattaessa risteilyä. Risteilymatkustajien ollessa niin lyhyen ajan maissa on paras tapa nähdä kaupunkia pienessä ajassa järjestetyillä kiertoajeluilla ja retkillä.

Norwegian Cruise Line laivayhtiö tarjoaa Helsingissä 9 erilaista retkeä/ kiertoajelua. Retket kestävät noin 2-7 tuntia ja suurin osa retkistä sijoittuu Helsinkiin, mutta mahdollisuus on myös mennä Porvoossa käymään. (Norwegian Cruise Line 2012.)

Royal Caribbean tarjoaa 30 erilaista retkeä Helsingissä. Kestoltaan retket ovat 2-7,5 tuntia. Jokaiselle löytyy haluamansa retki. Retkillä näkee Helsingin päänähtävyydet sekä suomalaista maaseutua pääsee näkemään Sipooseen. Retkiin oli myös merkattu sen haastavuus. Asiakasryhmän kannalta se on hyvin tärkeää, koska suurin osa asiakkaista on +50. Kaikki retket liikkuvuuden määrästä riippuen eivät sovellu vaikeasti liikkuville. (Royal Caribbean 2012.)

Taulukko 1. Helsingin retket

	Helsinki	
	Royal Caribbean	Norwegian Cruise Line
Kuinka monta retkeä	9	30
Retkien pituus	2-7 tuntia	2-7,5 tuntia
Minne sijoittuu Helsingin keskusta Helsingin keskusta	Helsingin keskusta, myös Porvoo	Helsingin keskusta Porvoo ja Sipoon maaseutu
Erityistä	Retkiin oli merkattu sen haastavuus	

Taulukko 1 on koottu varustamoittain kaupunkien tarjonta. Yleisesti retket Helsingissä ovat pituudeltaan noin 2-7 tuntia ja sijoittuvat Helsingin keskustaan. Varustamoittain ei huomattu suuria eroja retkien tarjonnassa.

Tallinnassa Royal Caribbean tarjoaa 17 erilaista opastettua retkeä, joiden kestot vaihtelevat 2-7 tuntiin. Retket painottuvat Tallinnan vanhaan kaupunkiin koska se on kaupungin suosituin nähtävyys. Vanha kaupunki on suosittu kiertokävelykohde, koska

kaikki löytyy läheltä. Etäisyydet kaupungissa eivät ole pitkät. Vanhalla kaupungilla on historia puolellaan sen keskiaikaisilla rakennuksilla ja tunnelmaltaan. (Royal Caribbean 2012.)

Retket sisältävät niin teatteri- ja lauluesityksiä kuin maaseutumatkailua Tallinnan ulkopuolelle. Retket painottuvat suurelta osalta Tallinnan historialliseen vahaan kaupunkiin. Hinnat vaihtelevat 20 eurosta jopa lähes tuhanteen euroon jos haluaa yksityisen kiertoajelun oppaan kanssa. Tulee kuitenkin huomioda että retkeen sisältyy paljon sekä ovatko hinnat per asiakas. (Royal Caribbean 2012.)

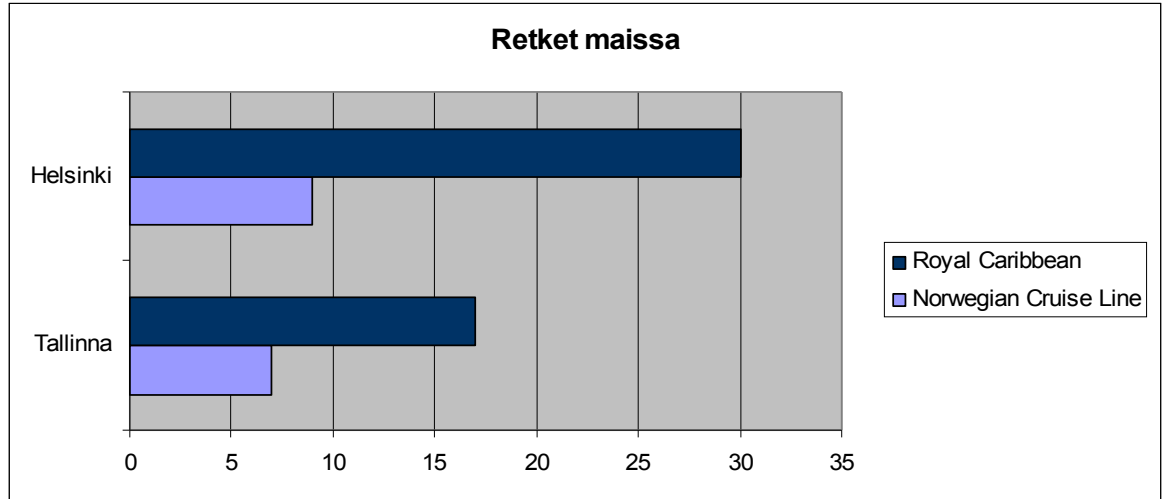
Norwegian Cruise Line tarjoaa 7 erilaista retkeä, joiden pituudet 3-7 tuntiin. Retkiin on merkattu retken aktiivisuustaso, josta näkee tarvitseeko retkellä liikkua paljon. Yhdelle retkelle pystyy osallistumaan jopa pyörätuolilla. Suurin osa retkistä sijoittuvat Tallinnan vanhaan kaupunkiin. (Norwegian Cruise Line 2012.)

Taulukko 2. Tallinnan retket

Tallinna		
	Royal Caribbean	Norwegian Cruise Line
Kuinka monta retkeä	17	7
Retkien pituus	2-7 tuntia	3-7 tuntia
Minne sijoittuu	Tallinnan vanhakaupunki	Tallinnan vanhakaupunki
Erityistä	Hinnat nousivat jopa 1000 euroon yksityisissä retkissä	Löytyi retki johon pääsee pyörätuolilla

Taulukossa 2 on havainnollistettu Tallinnan retki tarjontaa varustamoittain. Royal Caribbeanilla ja Norwegian Cruise Linella ei ollut paljon eroavaisuuksia retkissä. Kestoltaan ne ovat 2-7 tuntia, kuten Helsingissäkin ja sijoittuvat Tallinnan Vanhaankaupunkiin. Ainoastaan retkien määrissä oli eroja.

Kaiken kaikkiaan retket olivat samankaltaisia molemmissa kaupungeissa ja eivät eronneet toisistaan ollenkaan yhtiöiden mukaan. Ainoastaan retkien määrät varustamoiden välillä vaihtelivat. Kuviosta 11 voi huomata, että Royal Caribbeanin sivuilla on tarjolla enemmän tuotteita kuin Norwegian Cruise Linen.



Kuvio 11. Tarjottavien tuotteiden määrät Helsingissä ja Tallinnassa varustamoittain.

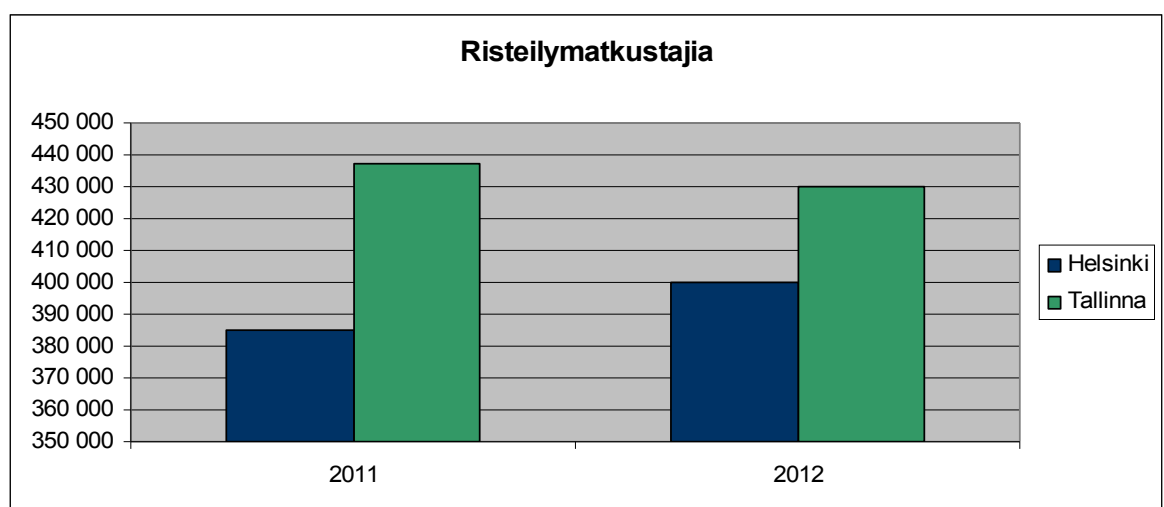
Laivaristeilijöille tarjottavia retkiä ja tuotteita myyvät matkanjärjestäjät. Monille Suomalaisille yrityksille risteilyasiakkaille tarjottavat tuotteet ovat vain sivutuote, joita he sesongin aikana myyvät. Matkanjärjestäjät lähettävät varustamoille valmiita retkiä tai retki-ideoita, joista varustamot voivat valita mieleisensä ja mitkä heidän mielestään myyvät parhaiten. Esimerkiksi yksi matkanjärjestäjä lähettää yli 40 erilaista retki-ideaa. Asiakkaat ostavat retket varustamoilta etukäteen ja tämän jälkeen varustamot ilmoittavat matkanjärjestäjille mitä retkiä on ostettu ja kuinka monta. Matkanjärjestäjät myös räätälöivät tuotteita sellaisiksi kuin varustamot ne haluavat. Riippuen matkanjärjestäjistä, heillä on noin 10–20 varustamoasiakkanaan ja samalla varustamolla voi olla montakin matkanjärjestäjää asiakkanaan. Tallinnassa on noin 6 virallista yritystä, mitkä tarjoavat retkiä risteilyasiakkaille, näiden lisäksi on myös 30–40 eri yritystä, joilla on suora yhteys risteilyasiakkaisiin. (Arro, S. 1.10.2012.)

Haastateltavat kertoivat, että suosituimpana tuotteena Helsingissä on perinteinen kiertäjä, kuten on Tallinnassakin. Tämän lisäksi asiakkaat pitivät siitä, että retkeen on lisätty jotakin muuta, kuten pieni retki luontoon. Suurin osa retkistä tehdään aamupäivällä ja ne kestävät 2–4 tuntia, jotta asiakkaalle jää omaa aikaa retken jälkeen vaikka kier-

rellä kaupungilla. Retkiä tehdään myös paljon Helsingin ulkopuolelle, kuten Porvooseen ja Fiskarsiin. Tallinnassa kauemmaksi retkiä tehdään Lahemaahan, Haapsaluun ja Rakvereen. Aiemmin Helsingissä tai Tallinnassa käyneet asiakkaat, haluavat useimmiten nähdä ja kokea jotakin uutta ja erilaista kaupungissa. He voivat varata retken kauemmaksi kaupungista, koska heillä ei ole tarvetta nähdä ns. ”perusnähtävyyksiä” keskustan alueella. Kesällä 2012 suosittuna on ollut design raitiovaunu, joka oli joka kerta täyteen varattu.

### 5.3 Matkustaja

Helsinkiin tulevista kansainvälisistä risteilijöistä Helsingin satama on tehty tutkimuksen vuonna 2011. Tutkimuksen mukaan tyypillinen risteilymatkustaja, joka saapuu Helsinkiin on iältään 55-64 -vuotias sekä hän on ensimmäistä kertaa kaupungissa. Matkailija viettää aikaa Helsingissä noin 3-7 tuntia kävellen ympäriinsä, katsellen kaupunkia, käyden ostetuilla retkillä tai kauppatorilla vierailien. Tyypillisellä risteilijällä on mukanaan perhe tai ystävät. Suurin osa matkustajista on kansallisuudeltaan joko yhdysvaltalaisia, brittejä tai saksalaisia. Tallinnan tyypillinen risteilyasiakas on aika samanlainen kuin Helsinginkin. Hän on vanhempi noin 50-60 -vuotias ja on ensimmäistä tai toista kertaa kaupungissa. Risteilymatkustaja yleensä vierailee vanhassa kaupungissa ja viettää kaupungissa aikaa noin 5 tuntia. (Helsingin kaupunki 2012; Arro, S. 1.10.2012.)



Kuvio 12. Helsinkiin ja Tallinnaan saapuvien risteilymatkustajien määrät vuonna 2011 ja 2012. (Heino, N. 17.9.2012.)

Kuviosta 12 voi huomata Helsingin ja Tallinnan risteilymatkustaja määrät. Kaudella 2011 risteilyalusten mukana Helsinkiin saapui 385 000 matkailijaa. Se oli vilkkain risteilykausi koskaan. Matkailijamäärien odotetaan kasvavan entisestään ja kaudella 2012 odotetaan saavan risteilyvieraita Helsinkiin noin 400 000. Tallinnaan saapui 437 000 risteilymatkustajaa vuonna 2011, kasvua edellisvuoteen oli 12,2%. Kaudella 2012 matkustajien määrä laski 430 000 risteilyasiakkaaseen. Vaihtosatama matkustajia Helsingillä ei ole ollenkaan vuonna 2012. Vuosina 2006-2011 Pullman tour suoritti vaihtonsa Helsingissä, mutta siirsi Tallinnan vaihtosatamaksi kaudelle 2012. Tallinnalla oli vaihtomatkustajia 7000 vuonna 2011. Kaudelle 2012 vaihtomatkustajien määrä kasvaa 18 000. (Heino, N. 17.9.2012; Port of Tallin 2012; Välsministerium 2012.)

#### **5.4 Risteilymatkailun taloudellinen merkitys**

Vilkkaimpina risteilypäivinä voi tulla yli 12000 vierasta. Risteilymatkustaja kuluttaa Helsingissä ollessaan rahaa keskimäärin 66 euroa. Helsingin sataman teettämän tutkimuksen mukaan Kööpenhamina saa melkein 200 euroa per matkustaja.

Suurempaan raha määrään syy on se, koska kaupunki toimii vaihtosatamana ja näin asiakas viettää siellä kauemmin aikaa. Vaihtosatamassa risteilymatkustajat vaihdetaan saman päivän aikana. (Keränen, T. 22.5.2012.)

Kansainvälinen risteily sesonki kestää noin 5 kuukautta. Helsingin sataman teettämän tutkimuksen mukaan vuonna 2011 risteilyvieraat jättivät rahaa kaupunkiin yhteensä noin 28 miljoonaa euroa. Kiertoajeluihin ja retkiin meni pääosa kulutuksesta, noin 22 miljoonaa euroa. Rahaa käytettiin erinäisiin ostoksiin, matkamuistoihin, vaatteisiin ja ravintoloihin. Väylä-, luotsaus-, satama- ym. palvelumaksut ovat yhteensä noin 8 milj. euroa. (Helsingin kaupunki 2012; Heino, N. 9.8.2012.)

Tallinnaan risteilymatkustaja tuo rahaa keskimäärin 41 euroa. Kaiken kaikkiaan rahaa kaupunki saa sesongin aikana 17,6 miljoonaa euroa. Rahaa käytetään kaupungissa muun muassa retkiin ja museolippuihin. Tallinnan sataman haastateltava kertoi ettei risteilymatkustajilla ole taloudellisesti suurta merkitystä Tallinnan matkailutalouteen, kun taas Helsingissä risteilyasiakkaiden tuomia tuloja pidettiin erittäin merkittävänä tuloina. (Arro, S. 1.10.2012.)



Taulukko 3. Tallinnan ja Helsingin keskimääräinen kulutus.

	Kulutus	
	1 risteilyasiakas	sesonki
Tallinna	41 €	17,6 milj. €
Helsinki	66 €	28 milj. €

Taulukosta 3 voidaan havaita miten risteilyasiakas kuluttaa Helsingissä ja Tallinnassa. Helsinkiin kulutetaan keskimäärin 25 euroa enemmän kuin Tallinnaan sekä kausittaiset tulot ovat yli 10 miljoonaa euroa enemmän kuin Tallinnalla. Syynä voi olla se, että Suomi on kalliimpi maa kuin Viro ja näin matkustaja väkisinkin käyttää enemmän rahaa Helsingissä. Pitää ottaa huomioon myös se, kuluttaako asiakas Helsingissä enemmän rahaa oheistuotteisiin, kuten retkiin.

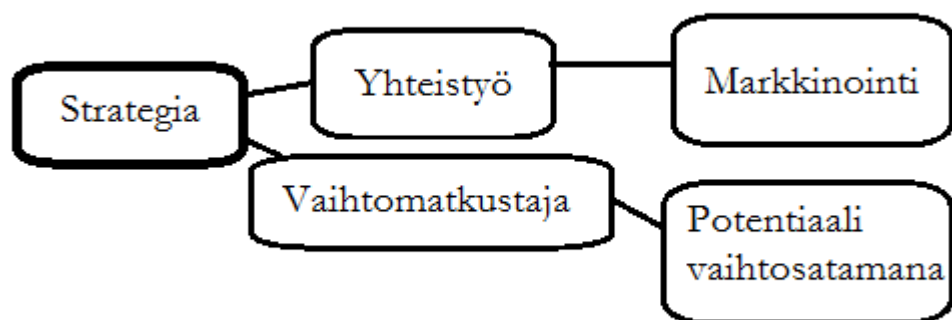
## 6 Johtopäätökset

Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto pyrkii kehittämään Helsinkiä paremmaksi risteilysatamaksi ja saamaan yhä enemmän aluksia tulemaan kaupunkiin. Haasteita on paljon, koska kapasiteetti satamilla on rajallinen sekä Helsingin väylämaksujen hintavuus muihin satamiin verrattuna on suurempi. Helsinki ei toimi vaihtosatamana, mikä toisi lisää rahaa kaupungille. Tämä johtuu juuri kalliista väylämaksuista, mutta myös siitä ettei Helsinki ole kaikista kätevin vaihtoehto siihen. Lentoyhteydet esimerkiksi Yhdysvaltojen suuntaan ovat Kööpenhaminassa paremmat kuin Helsingissä. Kööpenhaminalla on enemmän suoria lentoja. Helsingin olisi hyvä saada juuri risteilyjen vaihtomatrustajia, koska he jättävät enemmän rahaa kaupungille. Vaihtomatrustaja kuluttaa keskimäärin 200 euroa, kun päivämatrustaja jättää keskimäärin Helsinkiin 66 euroa. Erotus vaihtomatrustajien ja päivämatrustajien välillä kasvaa vuositasonalla lähes 50 miljoonaan euroon. Tästä voi huomata, kuinka tärkeää olisi saada Helsinkiin vaihtosatama matrustajia. Helsingillä ei ole ollenkaan vaihtosatama matrustajia, kun vuonna 2012 Pullman tour siirsi kaikki Helsingin vaihtonsa Tallinnaan. Tämän vuoksi Tallinna sai jopa 18 000 vaihtosatama matrustajaa kaupunkiin kaudella 2012. Edelliseen vuoteen kasvu Tallinnalla on suuri, koska vuonna 2011 kaupunkiin saapui 7000 vaihtomatrustajaa.

Erillinen strateginen suunnitelma kansainvälisestä risteilymatkailusta on hyvä tehdä. Helsingillä suunnitelmaa ei ole vielä tehty, mutta tulevaisuudessa aikeissa on semmoinen tehdä. Suunnitelman avulla on helpompi tietää mitä kohti mennä ja mitä tavoitteita halutaan saavuttaa. Strateginen suunnitelma on hyvä tehdä yhdessä, eri toimijoiden kanssa. Näin voidaan nähdä kuinka kehittää toimintaa toimijoiden kanssa ja mitä tuloksia halutaan saavuttaa. Haastatteluissa tuli esiin yhteistyön tärkeys. Esimerkiksi Tallinnan satama painotti, että Helsinki on enemmän yhteistyökumppani kuin kilpailija, koska useimmissa risteilyissä reitti kulkee molempien kaupunkien kautta. Itämeren markkinoida kaikkien kaupunkien yhdessä risteilyalueena.

Itämeren risteilyjen suosion kasvaessa on Helsingin markkinointava enemmän ja tuotava kaupunkia esiin paremmin risteilykohteena. Tilastoja katsoessa voi huomata Helsingin ja Tallinnan luvullisesti pienen eron. Tallinnalla on vain vähän enemmän risteilyasiak-

kaita kuin Helsingillä. Tallinna on halvempi matkustuskohde ja sillä on mielenkiintoinen historiallinen vanhakaupunki. Tosin Tallinnan euroon tulon myötä hintataso maassa on noussut ja enää ei ole suurta eroa Suomen hintatasoon. Kaikki matkustajat eivät jaksakaan lähteä laivalta pois jos heillä on ollut edellispäivänä jokin toinen kohde. Esi-merkiksi on reittejä joissa Pietarin jälkeen tulee heti seuraavana päivänä Helsinki. Matkustaja voi olla niin väsynyt kaikista edellispäivän aktiviteeteista, joten hän haluaa pitää lepopäivän. Näitä risteilyasiakkaita tulisi miettiä, miten heidät saisi kuitenkin tulemaan kaupunkiin ja vaikka pienelle rennolle retkelle.



Kuvio 13. Johtopäätöksien pääpiirteet.

Opinnäytetyön johtopäätökset on tiivistetty kuvioon 13. Näin pystytään havainnollistamaan paremmin saadut johtopäätöksien pääpiirteet. Työntekijä haluaa painottaa kuviossa 5 asiaa: strategiaa, yhteistyötä, vaihtomatkustajia, potentiaali vaihtosatamana ja markkinointia.

Itämeren risteilyliikenteellä on runsaasti kasvumahdollisuuksia. Uusia trendejä on odotettavissa kuten laivan koot kasvavat, tulee lisää ohjeistuksia satamille ja matkustusliikenteeseen sekä ympäristön ja sosiaalisten seikkojen laajempaa huomioimista. Tämän päivän suosiossa on kestävä kehitys ja yhä enemmän asiakkaat vaativat matkoiltaan ekologisuutta. Yritysten tuleekin tulevaisuudessa kiinnittää yhä enemmän huomiota tähän. Tyypillinen risteilyasiakas on muuttunut vuosikymmenten varrella. Aikaisemmin hänet miellettiin vanhahkoksi, varakkaaksi ja yleensä kotoisin Pohjois-Amerikasta olevaksi henkilöksi. Tänä päivänä risteilyasiakkaat edustavat monia eri asiakas- ja ikäryh-

miä. Risteilyliikenne on muuttunut yhdestä kuljetusmuodosta vapaa-ajantuotteeksi, jossa merimatka laivan vapaa-ajanpalveluineen on tärkeämpää kuin määränpää.

## Lähteet

Arro, S. 1.10.2012. Head of Marketing and Communication Department. Port of Tallinn. Sähköposti haastattelu.

Cruise Baltic 2012. Luettavissa: [www.cruisebaltic.com](http://www.cruisebaltic.com). Luettu: 30.6.2012.

Cruise Critic 2012. Cruise reviews & News. Luettavissa: [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com). Luettu: 29.7.2012.

Cruise Finland 2012. Luettavissa: [www.cruisefinland.fi](http://www.cruisefinland.fi). Luettu: 30.6.2012.

Cruise Industry in figures 2004. Luettavissa: [www.touchbriefings.com/pdf/858/ACF7B5.pdf](http://www.touchbriefings.com/pdf/858/ACF7B5.pdf). Luettu: 4.7.2012.

Discover the Baltic 2012. Luettavissa: [www.discoverthebaltic.com](http://www.discoverthebaltic.com). Luettu: 5.8.2012.

Douglas, N & Douglas, N. 2004. The cruise experience. Global and regional issues. Pearson. Australia.

[Dowling, R.](#) 2006. Cruise Ship Tourism. CABI. Wallingford.

ECC 2012. European Cruise Council. Luettavissa: [www.europeancruisecouncil.com](http://www.europeancruisecouncil.com). Luettu: 1.10.2012.

Gibson, P. 2006. [Cruise operations management](#). The management of hospitality and tourism enterprises series. Elsevier Butterworth-Heinemann, cop. Amsterdam.

Gibson, P. 2012. Cruise operations management. Hospitality perspectives. Second edition. Routledge. London & New York.

Halonen, K. 2012. Helsingistä tulisi hyvä lähtösatama. Risteilymatkustuksen kasvu haastaa alan kaikki toimijat. Ikkunapaikka, 24, 5, s. 8.

Harle, V. & Moisio, S. 2003. Muuttuva geopolitiikka. Gaudeamus. Helsinki

Heino, N. 9.8.2012. Risteilykoordinaattori. Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto. Haastattelu. Helsinki.

Heino, N. 17.9.2012. Risteilykoordinaattori. Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto. Sähköposti.

Helsingin kaupunki 2012. Kansainväliset risteilyvieraat merkittävä päiväkävijöiden ryhmä. Luettavissa: [http://www.hel.fi/wps/portal/Elinkeinopalvelu/Artikkeli?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/Elinkeinopalvelu/fi/Ajankohtaiset/Risteilyvieraita](http://www.hel.fi/wps/portal/Elinkeinopalvelu/Artikkeli?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/Elinkeinopalvelu/fi/Ajankohtaiset/Risteilyvieraita). Luettu: 15.7.2012.

Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto 2012. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi>. Luettu: 6.6.2012.

Helsingin matkailu- ja kongressitoimisto 2011. Helsingin matkailun tavoitteet 2009-2012. Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tutkimukset/helsingin\\_matkailun\\_tavoitteet\\_2009-2012.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tutkimukset/helsingin_matkailun_tavoitteet_2009-2012.pdf). Luettu: 8.8.2012.

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006. Tutki ja kirjoita. 12. painos. Tammi. Helsinki.

Itämeriportaali 2012. Itämeren peruskuvaus. Luettavissa: [http://www.itameriportaali.fi/fi/tietoa/yleiskuvaus/peruskuvaus/fi\\_FI/peruskuvaus](http://www.itameriportaali.fi/fi/tietoa/yleiskuvaus/peruskuvaus/fi_FI/peruskuvaus). Luettu: 2.10.2012.

Juslén, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Hyödynnä uudet mahdollisuudet. Taletum Media Oy. Hämeenlinna.

Keränen, T. 22.5.2012. Yle toimittaja. Helsinki. Luettavissa: [http://yle.fi/uutiset/helsinki\\_menettaa\\_miljoonia\\_muihin\\_satamiin/6106389](http://yle.fi/uutiset/helsinki_menettaa_miljoonia_muihin_satamiin/6106389). Luettu: 24.9.2012.

Kimara Travel Consulting. 2007. Tutkimus. Risteilymatkailun kilpailukykytekijät Itämeren alueella. Uudenmaan liitto. Helsinki.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsinki.

Norwegian Cruise Line 2012. Luettavissa: <http://www.ncl.co.uk/destinations/europe/excursions/helsinki/>. Luettu: 8.7.2012.

Ojala, L. Pöysti, K. 2012. Kilpailukyky 2.0. Kilpailukykyhyppy yhteisöllisillä toimintatavoilla. Kauppakamari. Helsinki.

Port of Helsinki 2012. Luettavissa: <http://www.portofhelsinki.fi>. Luettu: 3.6.2012.

Port of Tallinn 2012. Luettavissa: <http://www.portoftallinn.com>. Luettu: 4.6.2012.

Puhdas Itämeri 2012. Luettavissa: <http://www.puhdasitameri.fi/fi/itameri>. Luettu: 2.10.2012.

Royal Caribbean 2012. Luettavissa: <http://www.royalcaribbean.com/findacruise/cruiseDetails/shoreExcursions.do>. Luettu: 8.7.2012.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007. Consumer Behaviour in Tourism. Oxford. Butterworth-Heinemann.

Tallinn tourism 2012. Luettavissa: <http://www.tourism.tallinn.ee/fin>. Luettu: 1.8.2012.

Tuomi, J. & Sarajarvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Vuoristo, K-V. & Vesterinen N. 2002. Lumen ja Suomen maa. WSOY. Helsinki.

Välisministeerium. 2012. Estonian Ministry of Foreign Affairs. Luettavissa: <http://www.vm.ee/?q=en/node/14916>. Luettu: 3.10.2012.



## Liitteet

### Liite 1. Haastattelukysymykset

#### Haastattelukysymykset

1. Nimi ja ammattinimike
2. Toimenkuva
3. Mikä on Tallinnan strategia kansainvälisessä risteilymatkailussa?  
Onko teillä erillistä suunnitelmaa?
4. Millä keinoin yritätte saada lisää kansainvälisiä risteilyaluksia  
Tallinnan satamaan?
5. Millä keinoin pyritte kehittämään toimintaa?
6. Millaisena kilpailijana pidätte Helsinkiä kansainvälisessä  
risteilymatkailussa?
7. Millaisia tuotteita teillä on tarjottavana maissa asiakkaille? Onko  
retkien tarjoajilla kova kilpailu?
8. Yhteistyöverkostoja? Tallinnan Cruise Network, (mitä yrityksiä,  
kuinka monta, tapaamisia)
9. Millainen on Tallinnaan saapuva tyypillinen risteilyasiakas? (ikä,  
missä käy, montako tuntia viettää kaupungissa, perheen/ystävien  
kanssa)
10. Onko kansainvälisillä risteilijöillä suurta merkitystä Tallinnan  
matkailutalouteen?

Haastattelukysymykset matkanjärjestäjille

- Yritys, toimenkuvanne, yrityksen koko?
- Myyttekö suoraan tuotteet varustamolle?
- Monta varustamo a asiakkaana?
- Millaiset tuotteet ovat suosituimpia?
- Miten kehittäte tuotteita?
- Miten monta tuotetta per laiva myynnissä?
- Rääätälöittekö tuotteita?